

## PROYECTO DE IDENTIDAD VISUAL. PLANETARIO DE BUENOS AIRES

Lucas F. Rivero  
Emmanuel Tarelli  
Julio C. Naranja

Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata

### Resumen

Inicialmente se realizó un relevamiento del Planetario Galileo Galilei de Buenos Aires buscando identificar los problemas de comunicación existentes.

El relevamiento se planteó en tres ejes: Identificación, información y entorno.

En lo que respecta al eje de identificación, el comitente ha sufrido una profunda renovación en cuanto a su contenido y tecnologías; sin embargo, pese a estas modificaciones, el mismo sigue siendo detectado por los usuarios como un museo tradicional.

En el eje de información, el mismo carece de componentes que capten la atención de los visitantes de las inmediaciones del parque en el que se encuentra situado, además de no hacer uso de las zonas turísticas ajenas al sistema de parques y continúa teniendo los problemas de identidad ya mencionados.

Por último, en el eje entorno, los elementos de diseño presentes son escasos y no mantienen una identidad. Se encuentran compuestos solamente por una serie de objetos del rubro astronómico pero carece de señalética en el entorno que atraiga la atención de visitantes o ayude a los mismos a movilizarse e interactuar con sus contenidos de una manera más efectiva, fluida y práctica.

Como resultado de esta investigación se planteó reposicionar al Planetario como un centro turístico innovador, participativo y didáctico, eliminando así el concepto de museo tradicional y unilateral que posee hasta el día de la fecha. Resaltando el carácter tecnológico y novedoso que adoptó en su última remodelación, se plasmaron estos nuevos conceptos en el siguiente: Plan integral de sistematización y revalorización de marca.

**Palabras clave:** Astronomía – Tecnología – Educación – Didáctica - Innovación



## TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

### PROYECTO DE IDENTIDAD VISUAL PLANETARIO DE BUENOS AIRES

Inicialmente se realizó un relevamiento del Planetario Galileo Galilei de Buenos Aires buscando identificar los problemas de comunicación existentes.

#### IDENTIFICACIÓN, INFORMACIÓN Y ENTORNO.

En lo que respecta al eje de **identificación**, el contenido a su vez una profunda renovación en cuanto a su contenido y tecnologías, sin embargo, pese a estas modificaciones, el mismo sigue siendo detectado por los usuarios como un museo tradicional.

En el eje de **información** el mismo carece de componentes que capten la atención

de los visitantes de las inmediaciones del parque en el que se encuentra situado, además de no hacer uso de las zonas turísticas ajenas al sistema de parques y continuando teniendo los problemas de identidad ya mencionados.

Por último, en el eje **entorno** los elementos de diseño presentes son escasos y no mantienen una identidad, se encuentran compuestos solamente por una serie de objetos del rubro astronómico pero carecen de señalética en el entorno que atraiga la atención de visitantes o ayude a los mismos a movilizarse e interactuar con sus

contenidos de una manera más efectiva, fluida y práctica. Como resultado de esta investigación se planteó repositonar al planetario como un centro turístico innovador, participativo y didáctico, eliminando así el concepto de museo tradicional y unilateral que posee hasta el día de la fecha. Resaltando el carácter tecnológico y novedoso que adoptó en su última remodelación, se plantearon estos nuevos conceptos en el siguiente:

#### "Plan integral de sistematización y revalorización de marca".

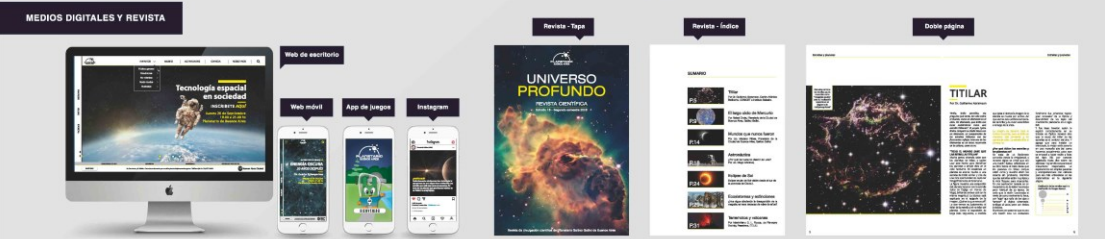
#### SEÑALÉTICA Y PUBLICIDAD EXTERIOR



#### SEÑALÉTICA Y STAND INTERIOR



#### MEDIOS DIGITALES Y REVISTA



#### FOLLETERIA DE DISTRIBUCIÓN



#### FOLLETERIA INSTITUCIONAL



#### Taller de Diseño en Comunicación Visual 2 a 5 D

Prof. Titular: DCV Julio César Naranja | Prof. Adjunto: DCV Iván Velázquez  
Auxiliares docentes: DCV M. Gabriela López | DCV Emmanuel Tarelli

ALUMNO: RIVERO, LUCAS FERNANDO

facultad de  
bellas artes

